

ชื่อวิทยานิพนธ์ : ภาพยนตร์โฆษณากับการส่งเสริมคุณธรรมเรื่องความกตัญญู : กรณีศึกษา
ภาพยนตร์โฆษณาของบริษัทไทยประกันชีวิต

ผู้วิจัย : พระมหาสุกัญ สุชาโต (ภุมิสถาน)

ปริญญา : พุทธศาสตรมหาบัณฑิต (ธรรมนิเทศ)

คณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์

- : พระมหากฤษณะ ตรุโณ (บุชากุล), ผศ.ดร. น.ธ. เอก. ป.ธ. ๓,
พธ.บ. (การบริหารการศึกษา) พธ.ม. (ปรัชญา), Ph.D. (Philosophy)
- : ดร.บุญเลิศ โอธสุ, ป.ธ. ๘, พธ.บ. (การสอนสังคมศึกษา), พธ.ม. (ธรรมนิเทศ),
พธ.ด. (พระพุทธศาสนา)
- : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ทศนีย์ เจนวิถีสุข นิเทศศาสตรบัณฑิต,
นศ.ม. (นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต), พธ.ด. (พระพุทธศาสนา)

วันสำเร็จการศึกษา : ๙ มีนาคม ๒๕๕๘

บทคัดย่อ

ผู้วิจัยได้ศึกษาเรื่อง ภาพยนตร์โฆษณากับการส่งเสริมคุณธรรมกรณีศึกษาภาพยนตร์โฆษณาของบริษัทไทยประกันชีวิต โดยมีวัตถุประสงค์ ๑) ศึกษาการนำเสนอของภาพยนตร์โฆษณาของบริษัทไทยประกันชีวิต และ ๒) ศึกษาผลของการนำเสนอภาพยนตร์โฆษณาการส่งเสริมคุณธรรมเรื่องความกตัญญูในภาพยนตร์โฆษณาของบริษัทไทยประกันชีวิต เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) กลุ่มตัวอย่างคือผู้เข้ารับการอบรมค่ายคุณธรรมจริยธรรม จำนวน ๓๕๓ คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาเป็นแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

๑) การนำเสนอภาพยนตร์โฆษณาของบริษัทไทยประกันชีวิต จำกัด พบว่าเรื่องที่ได้รับการรับชมมากที่สุด และเข้าถึงความรู้สึกของนักเรียนได้มากที่สุด คือเรื่อง My Girl คิดเป็นร้อยละ ๒๒.๗๖ แต่เรื่องที่นักเรียนชอบมากที่สุด คือเรื่อง My son คิดเป็นร้อยละ ๓๔.๐ ส่วนมากให้เหตุผลว่า มีเนื้อหาที่น่าสนใจ คิดเป็นร้อยละ ๖๔.๙ ทำให้เกิดความซาบซึ้งใจ คิดเป็นร้อยละ ๔๒.๕ ทำให้เกิดความรัก ความศรัทธา คิดเป็นร้อยละ ๔๙.๖ เพราะภาพยนตร์โฆษณาดังกล่าวมีรูปแบบนำเสนอจากเค้าเรื่องชีวิตจริง คิดเป็นร้อยละ ๓๔.๓ และนำเสนอจากชีวิตจริง คิดเป็นร้อยละ ๖๕.๔

๒) ผลของการนำเสนอภาพยนตร์โฆษณาส่งเสริมคุณธรรมเรื่องความกตัญญูในภาพยนตร์โฆษณาของบริษัทไทยประกันชีวิต พบว่า นักเรียนสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน นักเรียนส่วนใหญ่ยังคงมีความรู้สึกซาบซึ้งต่อการทำหน้าที่ของพ่อแม่ คิดเป็นร้อยละ ๔.๑๔ อยู่ในระดับมาก และนักเรียนส่วนมากได้ไหว้พ่อแม่เป็นประจำ คิดเป็นร้อยละ ๓.๘๐ อยู่ในระดับมาก จึงส่งผลตามพฤติกรรมด้านความกตัญญูเพิ่มขึ้น มีค่าเฉลี่ยรวม ๓.๖๗ อยู่ในระดับมาก

Thesis Title : The Advertising Movies and The Support of The Virtues
About The Gratitude : A Case Study of The Advertising
Movies set up by The Thai life

Researcher : Phramahasuka Suchato (Phomsatan)

Degree : Master of Arts (in Dhamma Communication)

Thesis Supervisory Committee

- : Asst. Prof. Dr. Phramaha Grissana Taruno
(Buchagul), Pali 3, B.A. (Edu. Adminis.), M.A.
(Phil.), Ph.D. (Phil.)
- : Dr. Boonlers Otsu, Pali 8, Ph.D. (Buddhist Studies)
- : Asst. Prof. Assistant Professor Tatsanee Jenwithisuk B.A.
(Bachelor of Communication Arts), B.A. (Communication
Arts), M.A. (Master of Communication Arts), Ph.D.
(Philosophy of Buddhism)

Date of Graduation : March 9, 2514

Abstract

The researcher studied the commercial film to promote the virtue in the case study of the commercial film by Thai Life Insurance Company. The objectives of the research :- 1) to study the present commercial film of Thai Life Insurance Company and 2) to study the result of commercial film to promote the virtue of the gratitude in the commercial film of Thai Life Insurance Company. This study is the quantitative research. The sample of the study is 353 people who join to training of the virtue course. The research tool is the questionnaires and the data analysis by using the percentage, means, and the standard deviation.

The research of the results are:-

- 1) From the presenting of the commercial film of Thai Life Insurance Company, it is found that the story that is mostly watched and most appreciated for

the students is “My Girl”. It is 22.76% of this story, but the story that the students most like is “My Son”. It is 34.0%. Most students give the reasons that it is 64.9% of the interesting content; 62.5 % of having appreciation; 49.6% of having the love and the faith; 34.3% of this commercial film with a form is presented from the scenarios of real life fo 65.4% of this film presented from the real life.

2) From the results of the presenting of the commercial film for promoting the virtues of gratitude in the commercial film of Thai Life Insurance Company, It is found that the students can apply it to their daily life. It is shown that 4.14% of most students still have the appreciation for the role of parents roles s at the high level, 3.90% of most students usually pay the respect to the parents at the high level, and 3.67% of the increasing of the behavior of gratitude is at the high level.